

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Hasil Penelitian	4
1.4.1. Manfaat Hasil Penelitian.....	4
1.4.2. Manfaat Praktis	5
1.5. Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Landasan Teori.....	6
2.1.1. Konsep Layanan Kesehatan	6
2.1.2. <i>Customer Loyalty</i> / Loyalitas Pelanggan.....	6
2.1.3. <i>Customer Satisfaction</i> / Kepuasan Pelanggan.....	9
2.1.4. Konsep <i>Total Quality Management</i> / Manajemen Kualitas Total.....	12
2.1.4.1. Konsep <i>Total Quality Management</i> / Manajemen Kualitas Total.....	13
2.1.4.2. Kualitas Interaksi.....	14

2.1.4.3. Kualitas Lingkungan	14
2.2. Kerangka Berpikir	14
2.2.1. Kaitan Antara Kualitas Proses sebagai bagian dari <i>Total Quality Management</i> dan <i>Customer Satisfaction</i>	14
2.2.2. Kaitan Antara Kualitas Interaksi sebagai bagian dari <i>Total Quality Management</i> dan <i>Customer Satisfaction</i>	15
2.2.3. Kaitan Antara Kualitas Lingkungan sebagai bagian dari <i>Total Quality Management</i> dan <i>Customer Satisfaction</i>	16
2.2.4. Kaitan Antara <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Customer Satisfaction</i>	16
2.3. Model Penelitian	16
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	18
3.1. Objek Penelitian	18
3.2. Unit Analisis	19
3.3. Tipe Penelitian	19
3.4. Operasionalisasi Variabel Penelitian	20
3.4.1. Pengukuran Variabel	20
3.4.2. Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel	21
3.5. Populasi dan Sampel	24
3.5.1. Penentuan Jumlah Sampel	25
3.5.2. Metode Pengambilan Sampel	25
3.6. Metode Pengumpulan Data	26
3.6.1. Data Primer	26
3.6.2. Data Sekunder	26
3.7. Metode Analisis Data	26
3.7.1. Analisis Model Pada PLS-SEM	27
3.7.1.1. <i>Outer model</i>	28
3.7.1.2. <i>Inner model</i>	28
BAB IV HASIL	30

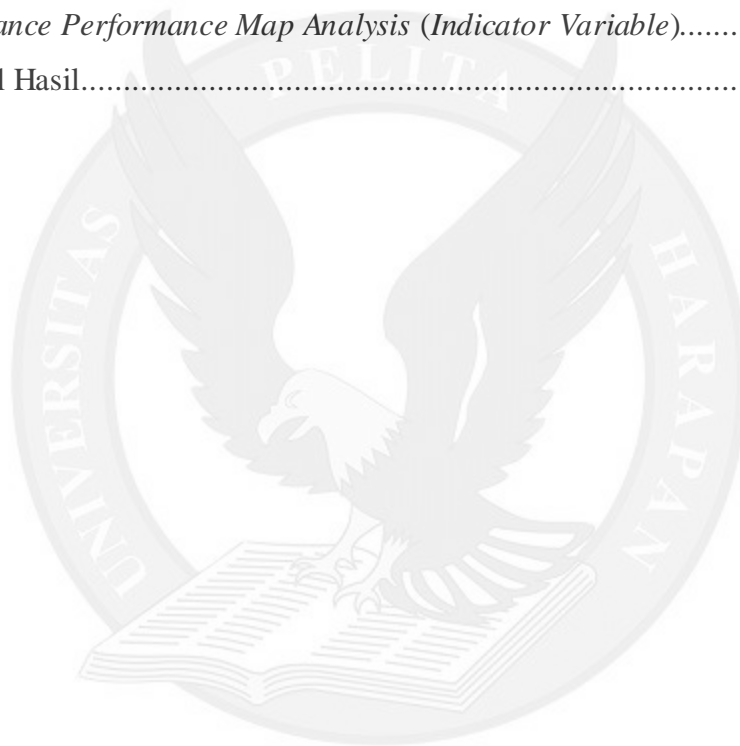
4.1. Profil Responden	30
4.2. Analisis Deskriptif Responden	32
4.2.1. Variabel Kualitas Proses	32
4.2.2. Variabel Kualitas Interaksi.....	33
4.2.3. Variabel Kualitas Lingkungan.....	34
4.2.4. Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	35
4.2.5. Variabel <i>Customer Loyalty</i>	36
4.3. Analisis Inferensial.....	37
4.3.1. Measurement Model (<i>Outer Model</i>)	37
4.3.1.1. <i>Indicator Reliability</i>	39
4.3.1.2. <i>Construct Reliability</i>	40
4.3.1.3. <i>Construct Convergent Validity</i>	41
4.3.1.4. <i>Discriminant Validity</i>	42
4.3.2. <i>Structural model (Inner model)</i>	42
4.3.2.1. Multikolinieritas.....	43
4.3.2.2. Koefisien Determinasi (R^2).....	44
4.3.2.3. Nilai <i>Effect Size</i> (F^2).....	45
4.3.2.4. <i>Predictive relevance</i> (Q^2 dan Q^2 predict).....	46
4.3.2.5. Hasil Uji Hipotesis.....	47
4.3.2.5.1 Pengaruh Kualitas Proses sebagai bagian dari <i>Total Quality Management</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	48
4.3.2.5.2 Pengaruh Kualitas Interaksi sebagai bagian dari <i>Total Quality Management</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	48
4.3.2.5.3 Pengaruh Kualitas Lingkungan sebagai bagian dari <i>Total Quality Management</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	49
4.3.2.5.4 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	50
4.3.2.6. Hasil Uji Spesifik <i>Indirect Effect</i>	51
4.4. Analisis <i>Importance – Performance</i> (IPMA).....	51

4.5. Diskusi.....	56
BAB V KESIMPULAN.....	59
5.1. Kesimpulan	59
5.2. Implikasi Manajerial.....	59
5.3. Keterbatasan dan Saran bagi Penelitian Selanjutnya.....	60
DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN.....	66



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Hubungan Antara Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas di Industri Kompetitif	9
Gambar 2 Persepsi dari Kualitas dan Kepuasan Pelanggan	10
Gambar 3 Hubungan Asimetris Antara Kepuasan dan ROI.....	11
Gambar 4 Model Penelitian.....	17
Gambar 5 Model Penelitian Akhir Yang Digunakan	38
Gambar 6 Inner Model.....	43
Gambar 7 Diagram Kartesius IPMA.....	52
Gambar 8 <i>Importance Performance Map Analysis (Construct Variable)</i>	54
Gambar 9 <i>Importance Performance Map Analysis (Indicator Variable)</i>	55
Gambar 10 Model Hasil.....	57



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel.....	21
Tabel 2 Profil Demografi Responden.....	30
Tabel 3 Profil Kedatangan Responden.....	31
Tabel 4 Kategori Jawaban.....	32
Tabel 5 Deskripsi Variabel Kualitas Proses	33
Tabel 6 Deskripsi Variabel Kualitas Interaksi.....	34
Tabel 7 Deskripsi Variabel Kualitas Lingkungan	34
Tabel 8 Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan	35
Tabel 9 Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan	36
Tabel 10 Penilaian Reliabilitas Indikator	39
Tabel 11 Penilaian Reliabilitas Konstruk Laten Variabel.....	41
Tabel 12 Penilaian <i>Convergent Validity</i> Konstruk Laten Variabel.....	41
Tabel 13 Penilaian Validitas <i>Discriminant</i>	42
Tabel 14 Penilaian Multikolinearitas	44
Tabel 15 Penilaian Koefisien Determinasi (R^2).....	45
Tabel 16 Penilaian <i>Effect Size</i> (F^2).....	46
Tabel 17 Penilaian <i>Total Effect</i>	46
Tabel 18 Penilaian <i>Predictive Relevance</i>	47
Tabel 19 Penilaian Uji Hipotesis.....	47
Tabel 20 Penilaian Uji Specific <i>Indirect Effect</i>	51
Tabel 21 <i>Importance Performance Map Analysis (Construct Variable)</i>	53
Tabel 22 <i>Importance Performance Map Analysis (Indicator Variable)</i>	54

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER.....	66
LAMPIRAN 2 TURNITIN.....	68
LAMPIRAN 3 DATA SETTING SEM-PLS	69
LAMPIRAN 4 GAMBAR OUTER MODEL SEM-PLS	71
LAMPIRAN 5 GAMBAR INNER MODEL SEM-PLS	72
LAMPIRAN 6 HASIL UJI BOOTSTRAPPING SEM--PLS	73
LAMPIRAN 7 HASIL UJI RELIABILITY DAN VALIDITY SEM--PLS.....	74
LAMPIRAN 8 LETTER OF ACCEPTANCE (LoA)	75

